

Como resultado de algunas experiencias noté que alumnos que cursaron materias de publicidad, pero que pertenecían a otra carrera, le sacaban mayor provecho, o incluso veían la manera de aplicarla a sus especialidades. Le ponían más empeño y le encontraban una utilidad. Y sin duda fue porque lograron apartarla del ámbito de estudio y darle utilidad aplicándola a su cotidiano.

No debería ser diferente el empeño o creatividad que empleamos en hacer un titular para un trabajo práctico, que en una carta que le escribimos a un ser querido. Sin embargo, no llega a haber una comprensión de que la creatividad o la redacción serán útiles en tanto le sean de utilidad a alguien. Y cuando se llegue a esa comprensión, seguramente se escribirá una mejor carta.

Así, la buena publicidad, más allá de ser un aviso montado en un cartón para recibir una buena nota, estará pensado como una pieza que puede servir a otra actividad.

Y ahora que recuerdo, para eso era la publicidad. Personalmente, hablando de este acercamiento del alumno a sus objetivos, comencé a experimentarlo recientemente y puedo decir que en principio me funciona. Funciona entender que enseñar equivale a traducir: poner algo determinado en el lenguaje del que lo recibe, así éste puede reconocerlo.

Así, estaremos enseñando a que cada uno busque en sus talentos innatos, en su memoria celular y en su cotidiano al momento de integrar conocimientos.

Ese es entonces, mucho más que nuestro deber. Es también nuestro deseo.

Abstract: Students have to realize that many things that they have to study or to learn already exist in daily life. Therefore they were already learned. In any case, they must be remembered and have to become conscious to be applied and to be useful in new activities. The article sustains that teaching is equivalent to translate, meaning, to adapt messages to the language of the receiver in order to facilitate its adequate comprehension.

Key words: education - advertising writing - student - learning - objectives - script.

Resumo: Os alunos devem estar lembrados de que muitas das coisas que “há que estudar ou aprender”, já têm seu lugar na vida cotidiana. Portanto, já foram aprendidas. Em qualquer caso, agora, devem ser lembradas para ser aplicadas e aproveitadas em novas atividades. Fala-se de abordagem positiva do aluno para seus objetivos. Compreender que o ensino equivale a traduzir: colocar algo específico na língua do destinatário, para que ele possa reconhecer.

Palavras chave: educação – redação publicitária – aluno – aprendizagem – objetivos – script.

(*) **Marcelo Cabot.** Redactor Publicitario (Asociación Argentina de Agencias de Publicidad). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Nuevas tecnologías: ventajas y desventajas en las correcciones

Guillermo Desimone y Adrián Glassel (*)

Fecha de recepción: julio 2010

Fecha de aceptación: septiembre 2010

Versión final: noviembre 2010

Resumen: La utilización cada vez mayor de formidables herramientas de comunicación, resulta necesario administrar el entusiasmo depositado en ellas, con la finalidad de emplearlas como una herramienta de apoyo, no igualando su importancia y profundidad con las correcciones presenciales. Buena parte de las herramientas electrónicas pueden hacer que una buena clase se transforme en excelente siempre y cuando prime el contenido, su organización y la capacidad de transmitirlo, no descansando sobre la forma de mostrar/contar/enseñar sino por el contrario valerse de estas herramientas para mejorar la organización y exposición del tema de estudio.

Palabras claves: educación – tecnologías – comunicación – herramientas – apoyo – transmisión.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 29]

Retiro, 22 de enero 2009

- Hijo, por favor cuando llegues mandame un email.

- ¿Para qué mamá? Si te puedo mandar un mensaje y te llega al instante. Si no tengo que esperar a que me respondas para ver si te llegó.

- Pero hijo si recién aprendí a usar email.

- Sabés que pasa ma, el email es lento, es como la carta en el correo en tu época ...

La tiza está hecha un píxel

La enseñanza y el aprendizaje hoy pueden cambiar su lugar de encuentro merced a la popularización de nuevas formas de comunicación, propiciando un mayor acercamiento en la relación docente/estudiante.

El encuentro ya no se limita a un momento en la semana marcado por el día, el horario, su duración y al carácter presencial de los mismos, por el contrario, se expanden sus fronteras.

Esto produce un fenómeno que puede ser abarcado desde muchos puntos de vista, tanto como sociológico, psicológico y comunicacional.

Haciendo un somero análisis de las miles de formas de comunicación que se han venido desarrollando desde los últimos treinta años podemos encontrar *email*, *blog*, aula virtual, *chat*, sms, mms...

La telecomunicación (envío de información a distancia) y la informática (procesamiento de datos) son dos de los componentes de lo que se dio a conocer como telemática.

Estas tecnologías han tenido un gran avance en los últimos años que al combinarlas con las nuevas metodologías educativas, se obtienen y se lograrán grandes avances en este aspecto.

Los actores principales en este escenario (educadores y educandos) comparten un espacio fuera del contexto institución-aula que puede ser compartido por todo el grupo que esté involucrado en este espacio no físico.

Aquí hemos intentado exponer algunos de los sistemas que actualmente conviven alrededor del "aula real de cuatro paredes" y que se extienden más allá de un documento electrónico en soporte DVD o CD, una comunicación por celular, un MSN o el ya "viejo" e-mail. Una de las modalidades utilizadas desde finales del sXX y principio del sXXI son las Audioconferencias o *Conference Call*.

Se desarrolla principalmente en el eje de la comunicación entre dos grupos de personas geográficamente dispersas, a través de la voz exclusivamente y utilizando las líneas telefónicas ordinarias, teléfonos celulares o IP.

Hoy día se pueden conectar centenares de personas en una misma llamada.

Esto permite una comunicación eficaz y en muchos casos económica.

Con los aparatos de sistemas conocidos como teléfonos de manos libres y/o la utilización de microfonía inalámbrica se pueden captar grandes audiencias y obtener reciprocidad en la comunicación de manera casi simultánea con sólo conectarse a una red telefónica de uso público.

A la hora de transmitir información que no sólo involucre audio se extendió la utilización de Teleconferencia Audiográfica.

En esta comunicación se transportan gráficos mediante el uso de componentes tan sencillos como el FAX el uso de Internet y enlaces de alta velocidad (WAN/LAN). La utilización de servicios y equipos para juntas o cátedras locales y a distancia que integran todas las herramientas necesarias para lograr clases más ágiles y productivas. Estas herramientas pueden ser usadas en forma local o bien permiten la participación de audiencias remotas conectadas mediante líneas telefónicas, Internet, enlaces privados o líneas digitales. Los gráficos al ser combinados con las tecnologías de audio permiten una mayor comunicación entre los participantes.

La ciencia ficción por medio de las series norteamericanas como Stark Trek (por citar una de las tantas) nos venía acostumbrando a transmisiones de audio y video hacia todas las naves de la galaxia mediante la cual

algún emperador lanzaba su *ultimatum* que se transmitía en directo.

Hoy día la videoconferencia es usual como forma de comunicación bidireccional simultánea entre grupos distantes, con el fin de intercambiar diversos tipos de información (audio, video, imágenes fijas, datos, texto, gráficos). En este tipo de tecnología los participantes pueden verse y oírse simultáneamente tal y como si estuvieran reunidos presencialmente en un mismo sitio "Juntas Virtuales". Existen sistemas de videoconferencia para líneas telefónicas, líneas privadas, enlaces WAN/LAN, Internet y líneas digitales (ISDN).

Y si con lo antedicho no alcanzara, utilizando lo que comúnmente conocemos como *Streaming* podemos transmitir datos de audio, video, imágenes y texto haciendo uso de Internet (Red Pública) o Intranet (red privada).

La transmisión puede ser en vivo o pregrabada para almacenarse en servidores y poder ser vista en cualquier momento "bajo demanda" tal el caso del famoso portal YouTube.

La transmisión es en un solo sentido tal y como funciona la televisión comercial tanto de aire como de cable, es decir la audiencia solamente recibe de forma pasiva la información aunque también es posible la interacción haciendo uso del *chat*, *posted*, *email*, calificación por medio de plantillas, encuestas.

La audiencia recibe el video, las imágenes y el audio pudiendo en cualquier momento comunicarse con la parte trasmisora a través de diferentes medios generando un espacio de intercambio de ideas y sensaciones conocido como retroalimentación (*feedback*).

Este intercambio permite una nueva mirada sobre el contenido y la forma del mensaje convirtiéndolo este proceso en una acción mancomunada en la que todos los actores involucrados participan de manera activa a diferencia del antiguo modelo del radioescucha en el que el usuario o receptor se limitaba a escuchar y de alguna manera convalidar y aceptar la propuesta emitida.

La parte transmisora puede interactuar con toda la audiencia o de forma personalizada al mismo tiempo que se tiene control de la lista de participantes.

Se puede restringir el acceso mediante el uso de contraseñas para lograr una mayor privacidad en la información que se transmite.

También podemos permitir la transmisión audio y video mediante la creación de canales privados de televisión y haciendo uso de la tecnología satelital con algo conocido como Video conferencia que se transmite desde uno o varios sitios y la señal puede ser bajada en cualquier parte de un continente o si es necesario, se retransmite a distintos satélites para abarcar cualquier parte del mundo.

No es posible la interacción por este medio pero esto se logra haciendo uso de otras tecnologías en forma simultánea.

Skype, Yahoo Messenger, MSN entre otros son diferentes *softwares* que valiéndose de las tecnologías desarrolladas permiten mantener una comunicación que involucra al audio-video-*chat*, casi de manera simultánea (producto del *delay*) y en proporción bidireccional

es decir “casi un encuentro *tête à tête*” con la particularidad de ser virtual.

La tiza y el pizarrón han perdurado a lo largo de los siglos como baluarte mínimo e indispensable a la hora de transmitir un conocimiento o idea. Paralelamente otros métodos de exposición se han puesto en marcha para el mismo fin, transmitir una idea como por ejemplo: filmas, diapositivas, presentaciones en PowerPoint, VHS, DVD, CD ROM, DVD ROM, valiéndose para esto de distintos soportes como: retroproyector, cañón láser, monitores de tubo o LCD y computadoras. Esto permitió un mejor aprovechamiento de la exposición docente integrando a la misma: fotos, audio y video, ampliando las posibilidades de interactividad entre el educador y el educando.

No cabe duda alguna que estos métodos expositivos son muy potentes y eficaces, pero a decir verdad una de las problemáticas más severas que puede afrontar es la carencia de contenido o contenido válido y sustentable. Una presentación multimedial con el mejor de los sonidos, la mejor exposición gráfica, contundencia en el diseño y en lo visual en general, pero con datos erráticos, falaces, irrelevantes, poco sustentables, no puede superar al mejor de los docentes frente a sus alumnos blandiendo sólo una tiza que desentraña trazo a trazo los “misterios” del saber.

Esto significa que el buen docente, el profesional, el vocacional gracias al vertiginoso desarrollo de la tecnología y sus soportes periféricos cuenta con una gran ventaja a la hora de la exposición temática, lo interesante es que permite la utilización e implementación de estrategias dinámicas en el momento de comunicarse con sus respectivos alumnos y estos a su vez encuentran nuevos canales de discernimiento, análisis, investigación y sobre todas las cosas motivación.

Despersonalización

La inmediatez que permiten los medios electrónicos de comunicación, es un hecho novedoso en el campo de la educación. Debe ser tenida en cuenta la despersonalización que va de la mano de estos nuevos medios ya que al perder el contacto presencial, parte de la consulta del alumno y de la respuesta del docente pierden contexto, dando lugar a malas interpretaciones.

La falta de expresión, tono, velocidad, intencionalidad de un texto enviado por *email*, hacen que puedan tener lugar distintos tipos de interpretaciones generando ruido en la comunicación, no por mala voluntad o incapacidad del emisor y/o del receptor, sino por falta de información.

Una analogía de expresión de sentimientos que nos brinda el *email* o el *chat*, es el *emoticon*.

A través de estos símbolos curiosos con intensidad de diversos gestos, se intenta reducir a través de un gráfico muy simple como por ejemplo una cara sonriente, el término: feliz... ¿O será alegre, contento, satisfecho, dichoso, eufórico, optimista, entusiasmado, orgulloso, complacido, halagado?...

Esto es un buen ejemplo de la simplificación del lenguaje, que en distintas oportunidades pierde su función pudiendo hacer del mensaje algo poco claro, poco específico.

Esto a su vez da pie a respuestas poco específicas, tal vez con una intención más genérica con intención de responder a lo que se supone es el requerimiento de otro, que puede ser recibida como una respuesta inadecuada, insatisfactoria.

El *email* que nunca llega.

Junto con el correo no deseado o no solicitado, puede llegar un *email* desde una casilla desconocida al momento, que por haber caído en la carpeta no correspondiente simplemente es borrado sin haber sido leído.

El receptor puede interpretar que su requerimiento no ha sido realmente tenido en cuenta, al no haber recibido la respuesta que él esperaba, endilgando a su interlocutor poco interés, mal trato, desidia.

Al enviar un *email* a todos los estudiantes de un mismo curso con una consigna para la clase siguiente, todos reciben el mismo texto, pero no todos entienden lo mismo.

Cada uno de los estudiantes lee e interpreta el texto en distintos momentos de la semana, dentro de distintos contextos y realidades, le dan dispar relevancia, se dan a sí mismos distintos tiempos de lectura con lo cual es poco probable que la consigna pueda ser cabalmente cumplida.

Sin recurrir al *email*, al dar una consigna en clase, en donde todos los estudiantes están al menos físicamente compartiendo un aula, muchos entienden al pie de la letra y otros no. Esto se revela al recibir preguntas sobre la consigna, en donde pueden ser detectadas preguntas producto de no haber entendido o prestado atención a la propuesta.

Ejemplo

Al dar una consigna simple en clase como “lean el apunte que les indiqué para la próxima semana, lo pueden conseguir en el local de la esquina”, nos podemos encontrar en la siguiente clase con alumnos que:

- No sabían dónde conseguir el apunte.
- No sabían que tenían que conseguirlo para la semana siguiente.
- No sabían que apunte pedir al encontrar el local.
- Sabían que apunte pedir y como se llamaba el local, pero no la ubicación del mismo.
- No sabían que tenían que leerlo.
- No se dieron por enterados de la consigna.
- Leyeron el apunte.

Por eso resulta de suma importancia atender a las distintas capacidades de comprensión y asegurarse que al abandonar el aula, todos sepan que se espera de ellos, a través de preguntarles “¿Qué tienen que hacer para la semana que siguiente?”.

Es a través de las distintas respuestas que obtengamos de los alumnos, que tenemos oportunidad de repetir el mensaje de distintas maneras con el fin de asegurarnos que todos hayan prestado atención a toda la consigna y no solamente a un porcentaje de la misma.

Esta atención puntual no puede darse completamente en el marco de la comunicación vía *email*, por lo que el mensaje debe ser muy bien estudiado antes de su envío. Otro ejemplo puede encontrarse en la siguiente situación:

Trabajo en grupo en cuanto a producción y presentación de alguna pieza o conjuntos de piezas o TP final; si bien hay una instancia grupal, también existe una instancia individual pero sucedió que...

Se presentó un miembro del grupo con parte del proceso de corrección y parte del trabajo requerido los otros miembros no se presentan por diversos motivos.

a. Uno está de viaje y envió su parte por *email*

b. El otro miembro del grupo no se puede presentar y envía una notebook con su correspondiente conexión y accesorios para “participar de la corrección de manera electrónica” y necesita nada más que de su compañero o de la buena voluntad del profesor (o de quien envíe con el aparato) para participar.

La situación puede tornarse muy conflictiva desde todo punto de vista.

Con un primer y rotundo no. La corrección es presencial, los requisitos son esos y no hay posibilidad de cambiar las cosas, estaríamos enfocando y resolviendo una parte de la cuestión como es el caso del alumno A. El muchacho está lejos, en algún sitio del planeta y envía su producción a la espera de una corrección escrita y enviada por la misma vía.

La respuesta es un categórico no y a otra cosa. Ya que la calidad de las imágenes o los sonidos pueden ser malas, pueden estar inconclusas o pueden no estar completas lo cual implica una respuesta a esto y una contra respuesta y etc. De pérdida de tiempo formal.

El caso del alumno B es complejo porque ¿está o no está? Físicamente no, pero en vivo y en directo si.

Tal vez la calidad de la info que envía puede resultar de baja calidad pero esto puede fácilmente y de manera ágil y veloz ser corregido con las herramientas adecuadas.

La pregunta a resolver es: ¿Qué diferencia al alumno físico del alumno electrónico en esta instancia?

Por supuesto que hay muchísimas diferencias pero estamos en un tiempo en el que se deben fundamentar claramente para asegurarnos un “hábeas corpus” del alumno en las instancias que se acuerden como fundamentales y éstas pueden ser todas las que el docente (respaldado por la institución) lo crea necesario. De lo contrario habrá mucha interferencia en el mensaje.

Hace muchos años, un incipiente y casi virgen John Travolta, protagonizaba el *film El chico de la burbuja de plástico* dirigida por Randal Kleiser e interpretada por el antes mencionado John Travolta, Glynnis O'Connor, Robert Reed, Diana Hyland, Karen Morrow, cuenta la historia de un chico que nace sin sistema inmunológico que se ve forzado a vivir en un ambiente esterilizado, lo que lo aleja del contacto humano, pese a todo, en la adolescencia empieza a relacionarse con chicos de su edad gracias a la tecnología.

David Veters es (era) el nombre real del niño que nació con el (SCID) Inmunodeficiencia combinada severa, una enfermedad en la que el sistema inmunológico se ve seriamente afectado ya que los glóbulos blancos no ejercen su trabajo adecuadamente. Así pues nació siendo un niño no normal.

Debido a su vulnerabilidad a los gérmenes David fue aislado del mundo que lo rodeaba pasando su vida en una jaula esterilizada de plástico transparente, de ahí

lo del “niño burbuja”. Pasaron años y años y el único contacto que tenían con sus padres era a través de un guante de plástico negro que sobresalía de la burbuja. Por primera vez la posibilidad de andar por sí solo en el exterior gracias a que los medios de comunicación se hicieron eco de la noticia y la NASA aportó un traje espacial hecho a medida para que David saliera de la “burbuja”, pero no funcionó.

En el *film* resuelven el tema del colegio colocando cámaras en su habitación y cámaras en el aula para resolver la “presencia” del alumno a clase.

Si bien este es un caso extremo en dónde está involucrada la salud y hasta corre riesgo la vida de la hipotética persona, cabe preguntarnos este tipo de cuestiones y buscar respuestas adecuadas a cada caso en particular requiere un profundo análisis, compromiso y participación de toda la comunidad educativa.

Así como el escritor Philips Dick se preguntó algo así como “pueden los robots soñar con ovejas electrónicas” (más conocido por el *film Blade Runner*), podemos soñar con un mundo real que ya está aquí y ahora y que viene a quedarse.

Mundo en el que lo real y lo electrónico conviven a cada instante en cualquier punto del planeta y por el que es necesario buscar respuestas y tomar acciones.

Conclusión

Si bien estamos en presencia de formidables herramientas de comunicación, resulta necesario administrar el entusiasmo depositado en ellas, con la finalidad de emplearlas como una herramienta de apoyo, no igualando su importancia y profundidad con las correcciones presenciales.

Buena parte de las herramientas electrónicas pueden hacer que una buena clase se transforme en excelente siempre y cuando prime el contenido, su organización y capacidad de transmitirlo, no descansando sobre la forma de mostrar/contar/enseñar por el contrario valerse de estas herramientas para mejorar la organización y exposición del tema de estudio.

Los alcances y limitaciones de una corrección presencial y otra no presencial claramente no son los mismos, por tanto no podemos pretender alcanzar los mismos objetivos con ambas.

Abstract: The increasing use of outstanding communication tools demands a necessary administration of the enthusiasm deposited in them, in order to use them like a support tool, not equaling its importance and depth traditional corrections. Good part of the electronic tools can cause that a good class is transformed into excellent as long as prioritizes the content, its organization and the capacity to pass on it, not resting on the form to show/to count/to teach but on the contrary on the use of these tools for improving the organization and exhibition of the study contents.

Key words: education - technologies - communication - tools - support – transmission.

Resumo: A utilização a cada vez mais de formidável ferramentas de comunicação, resulta necessário gerenciar o entusiasmo

depositado nelas, a fim de usá-los como ferramenta de apoio, não igualando sua importância e profundidade com as correções presenciales. Boa parte das ferramentas eletrônicas podem fazer que uma boa aula se transforme em excelente desde que prime o conteúdo, sua organização e a capacidade de transmitir-lo, não descansando sobre a forma de mostrar/dizer /ensinar pelo contrário se valer destas ferramentas para melhorar a organização e exposição do objeto de estudo.

Palavras chave: educação – tecnologias – comunicação – ferramentas – apoio – transmissão.

(*) **Guillermo Desimone.** Diseñador Gráfico (UBA). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación. Productor de medios digitales y escritos. Obtuvo diversos premios internacionales.

Adrián Glassel. Diseñador Industrial (UBA, 1998). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño de Objetos y Productos de la Facultad de Diseño y Comunicación. Actualmente desarrolla su actividad como profesional independiente brindando asesoría sobre diseño de productos y comunicación de servicios.

La implementación del método de casos para las asignaturas teóricas de la enseñanza en diseño

Fecha de recepción: julio 2010

Fecha de aceptación: septiembre 2010

Versión final: noviembre 2010

Pablo Fichera (*)

Resumen: Se propone la implementación de una estrategia de enseñanza-aprendizaje con el objetivo de insertar a los alumnos dentro de los denominados “métodos de enseñanza activos o participativos” para ser usados en asignaturas teóricas ubicadas dentro del tipo de negocios, diferenciadas de las asignaturas prácticas que constituyen el núcleo central de la carrera. Se plantea aquí la aplicación del Método de Casos en forma sistematizada y estructurada, de manera tal de generar un cuerpo integrado de casos que sirva para homogeneizar el dictado de las asignaturas dentro de las carreras de diseño.

Palabras claves: educación – método – enseñanza – aprendizaje – diseño - técnica.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 30]

La casuística sirve como instrumento para la preparación o para el ejercicio de la profesión correspondiente. Es preciso aprender en casos “típicos” como también en casos “especiales” (...) con la esperanza de iniciar una doble transferencia: el paso de los contenidos preparatorios generales a una situación problemática del campo profesional futuro, seleccionada a modo de ejemplo, y el paso de esta competencia transferencial ejercitada en el “caso concreto” a otras situaciones problemáticas del futuro.

Terhart

Introducción

En este trabajo propondré la implementación de una estrategia de enseñanza-aprendizaje con el objetivo de insertar a los alumnos dentro de los denominados “métodos de enseñanza activos o participativos” para ser usado en asignaturas teóricas ubicadas dentro del tipo de negocios, diferenciadas de las asignaturas prácticas que constituyen el núcleo central de la carrera, dentro de las carreras seleccionadas para el I Congreso Latinoamericano de Enseñanza en Diseño: Diseño de Modas, Diseño Gráfico, Industrial, de Interiores y Diseño Audiovisual.

Para lograr esta tarea desarrollaré el Método de Casos en una serie de *papers* que involucrarán diversas temáticas acerca de la forma a aplicarse dentro de la en-

señanza en diseño. Dichos *papers* se complementarán entre sí para mostrar:

- Ventajas y desventajas del método, posibilidades y limitaciones.
- Principales usos pedagógicos del sistema.
- Implementación para las asignaturas teóricas para la enseñanza en diseño.
- Guía para el trabajo de los profesores: preparación previa del trabajo áulico, el desarrollo del trabajo en grupo, la exposición y discusión dentro del aula y la evaluación posterior.
- Guía para los alumnos puedan aprovechar este método y adaptarse a sus requisitos y poder solucionar los casos y aprovechar los beneficios del método.
- Armar una base de casos de estudio que puedan ser utilizados en las diversas asignaturas.

Creo que la aplicación sistemática de esta estrategia puede ser una herramienta muy importante para mejorar la aplicación de los conceptos teóricos visto en cada asignatura y además ayudar en la motivación de los alumnos que no hacen de estas materias el centro de su carrera.

Se planteará aquí la aplicación del Método de Casos en forma sistematizada y estructurada de manera tal de generar un cuerpo integrado de casos que sirva para homogeneizar el dictado de las asignaturas dentro de las carreras de diseño.